

PLANO DE COMUNICAÇÃO DE CRISE

C H E C K L I S T	Requisito	Descrição	
	1	O plano de comunicação tem claro o diagnóstico do cenário de crise?	O primeiro ponto do plano é ter clara a situação de crise, apresentando o evento e compreendendo a fase da crise e quais as ações que devem ser tomadas em cada etapa. O processo de gestão de crise compreende três grandes etapas: preparação, resposta e recuperação e cada uma delas demanda diferentes ações comunicacionais. O plano de comunicação normalmente é construído na fase de preparação da crise, com o levantamento, planejamento e monitoramento de cenários de crise. Na etapa de resposta, a que consideramos atualmente, tem como foco a comunicação de crise voltada à necessidade de informação dos públicos e o monitoramento. Na recuperação, tem-se a avaliação e a preparação para futuros eventos. É preciso que o plano de comunicação tenha claro o evento de crise, no caso o cenário de Covid-19 no município.
	2	O plano de comunicação define a estruturação de um comitê de crise e seu escopo?	É importante que o município tenha definido o seu comitê de crise com atores de diferentes áreas, incluindo a comunicação, e suas respectivas funções. Os contatos dos membros do comitê devem estar no plano e serem de fácil acesso à equipe de comunicação.
	3	O plano de comunicação apresenta um ou mais objetivos da comunicação no cenário de crise?	Deve estar definido o(s) objetivo(s) da comunicação de crise, que engloba a necessidade de informação dos públicos de interesse e basear a unificação dos discursos. Estruturam-se como padrões e diretrizes da comunicação na resposta à crise.

4	O plano de comunicação define os públicos de interesse?	Compreender quais são os públicos de interesse no cenário de crise é essencial para uma comunicação efetiva. Trata-se não apenas de identificar os stakeholders, mas também caracterizá-los, identificando comportamentos, atitudes e interesses. Isto possibilita reconhecer aqueles que são diretamente e indiretamente atingidos pela crise, bem como os que são apoiadores, ambivalentes e contrários à instituição e às ações de enfrentamento a pandemia.
5	O plano de comunicação define quais são as mensagens-chave?	A unificação dos discursos é essencial na comunicação de crise. É importante que as mensagens-chave sejam construídas de acordo com o diagnóstico da crise e do público, podendo ser alteradas conforme as mudanças de cenário se apresentem. No entanto, quaisquer mudanças devem ser definidas em conjunto, pelo comitê de crise, caso seja avaliada a real necessidade. As mensagens-chave são normalmente curtas e contêm as informações estratégicas para o público de interesse. Para a elaboração das mensagens-chave: não devem ser muitas, devem ser curtas e concisas, devem ser fáceis de serem memorizadas, devem ser focadas em tópicos específicos e devem ser consistentes.
6	O plano de comunicação traz um diagnóstico dos canais de comunicação e formadores de opinião do município para serem mobilizados?	É importante que o plano de comunicação identifique o cenário da comunicação local, levantando tantos os canais de comunicação como os formadores de opinião que podem ser mobilizados para o apoio ao enfrentamento da crise e o engajamento comunitário. Visitas a redações e reuniões com lideranças são uma parte importante das estratégias de comunicação de crise. Lembrando que cada município possui características específicas que devem ser levadas em contas neste diagnóstico.
7	O plano de comunicação define quem são os porta-vozes?	Para atender à necessidade de informação da população e unificar os discursos, é importante que sejam definidos porta-vozes que representem a gestão do município no enfrentamento à crise. Neste caso, dois pontos devem ser levados em consideração na comunicação de crise: a necessidade de um treinamento desses atores (media training) e a importância da empatia e da credibilidade para a adesão às mensagens.
8	O plano de comunicação apresenta quais serão as estratégias de comunicação para disseminação de informações?	As estratégias de comunicação de crise para a disseminação das informações e a construção de arenas de diálogos englobam a definição de canais de comunicação, tipos de conteúdo, públicos-alvo e a periodicidade de publicação. Exemplo: realização de coletivas de imprensa diárias, envio de um release para a imprensa todos os dias no mesmo horário, boletins semanais publicados em canais oficiais,

		<p>carros de som que passam por determinados bairros. As estratégias levam em conta as características do público, dos canais e da mensagem, tomando por base as características locais.</p>
9	<p>O plano de comunicação apresenta quais são os canais de comunicação oficiais durante a crise?</p>	<p>Os canais de comunicação oficiais para as estratégias de comunicação de crise devem estar claro e serem de fácil acesso à equipe de comunicação. É importante um levantamento daqueles meios já utilizados pelo município e a verificação de necessidade de outros canais. Lembrando que canais de comunicação direta são uma importante estratégia durante uma crise, como uma central telefônica, a instalação de uma ouvidoria, um espaço de resposta às dúvidas mais frequentes. Tudo isso levando em conta, sempre, as características locais.</p>
10	<p>O plano de comunicação apresenta estratégias de monitoramento e avaliação?</p>	<p>No cenário de crise, bem como nas etapas pré e pós emergência, é importante que a equipe de comunicação realize periodicamente o monitoramento para o levantamento de rumores e indicadores da situação de crise e a avaliação da efetividade das estratégias. Ademais, é essencial que o plano passe por uma revisão constante na busca pelo seu aprimoramento.</p>